

CUPRINS

<i>Cuvânt – înainte</i>	9
-------------------------------	---

CAPITOLUL 1

Economia de piață – concept și analiză. Aspecte particulare privind economia de piață din România	11
--	----

1.1. Economii moderne contemporane – economii mixte	11
1.2. Caracteristicile economiei de piață.....	16
1.3. Tipuri de economii	16
1.4. Economii contemporane: componente, dinamică	17
1.5. Fluxurile și circuitul economic	20

<i>Întrebări recapitulative</i>	21
---------------------------------------	----

CAPITOLUL 2

Protecția concurenței economice	22
--	----

2.1. Concurența în Uniunea Europeană.....	22
2.2. Concurența în România	27
2.2.1. Practici anticoncurențiale	29
2.2.2. Concentrarea economică.....	34
2.2.3. Ajutorul de stat	37
2.3. Consiliul Concurenței	39
2.4. Structura funcțională a Consiliului Concurenței.....	45

<i>Întrebări recapitulative</i>	48
---------------------------------------	----

CAPITOLUL 3

Abordări teoretice privind prețurile	49
---	----

3.1. Modalități de abordare a substanței și mărimii prețului	49
3.2. Teoria obiectivă a prețului.....	51

3.3. Teoria subiectivă a prețului	53
3.4. Teoria sinteză a prețurilor.....	57
<i>Întrebări recapitulative</i>	60

CAPITOLUL 4

Teorii privind sistemul de piațe și prețul	61
4.1. Piața. Prețul liber – preț de echilibru al pieței	61
4.2. Piața: rol, funcții, forme.....	64
4.2.1. Natura prețului.....	67
4.2.2. Funcțiile prețului	68
4.2.3. Mecanismul de formare a prețului	68
4.2.4. Tipuri și forme de preț.....	72
4.3. Cererea – funcția, forma generală a curbei și elasticitatea acesteia	74
4.4. Oferta – funcția, forma generală a curbei și elasticitatea acesteia	80
<i>Întrebări recapitulative</i>	84

CAPITOLUL 5

Sistemul prețurilor în România	85
5.1. Trecerea la liberalizarea prețurilor	85
5.2. Mecanismul formării prețurilor	91
5.3. Delimitarea elementelor structurale ale prețurilor în cadrul categoriilor de preț.....	92
5.4. Mecanismul impozitelor indirecte	99
<i>Întrebări recapitulative</i>	103

CAPITOLUL 6

Strategii de adaptare a prețurilor la cerințele pieței	104
6.1. Concurența – conținut și funcții.....	104
6.2. Piața cu concurență perfectă și formarea prețului de echilibru.....	106
6.3. Piața cu concurență monopolistică și mecanismul formării prețului	111
6.4. Piața oligopolistă și formarea prețului.....	112
6.5. Monopolul. Prețul de monopol.....	114
6.6. Monopsonul și formarea prețului	116
6.7. Concurența potențială și barierele la intrarea în ramură	118
6.8. Strategia stabilirii prețului în univers concurențial.....	120

6.9. Fixarea prețurilor de către stat.....	121
6.10. Formarea prețurilor în cadrul ciclului de viață al produselor	123
<i>Întrebări recapitulative</i>	125

CAPITOLUL 7

Metodologia stabilirii prețurilor în întreprinderi	126
7.1. Costul producției – formarea sa la nivelul agenților economici (întreprinderi).....	127
7.2. Clasificarea cheltuielilor care formează costurile.....	128
7.3. Costurile medii și costurile marginale	134
7.4. Pragul de rentabilitate și prețul	135
7.5. Zone și sectoare de cheltuieli.....	136
7.6. Purtătorii de costuri și rolul lor în calculație	137
7.7. Costurile standard.....	138
<i>Întrebări recapitulative</i>	140

CAPITOLUL 8

Politica de prețuri	141
8.1. Politica de marketing și politica de prețuri.....	141
8.2. Mixul de marketing și mixul de prețuri	144
8.3. Locul prețului și politicilor de prețuri în mixul de marketing.....	147
8.4. Modificarea prețurilor și reacțiile propagate	150
8.4.1. Reducerea prețurilor	150
8.4.2. Creșterea prețurilor	151
8.4.3. Reacțiile la modificarea prețurilor	152
<i>Întrebări recapitulative</i>	154

CAPITOLUL 9

Fundamentarea și actualizarea prețurilor de ofertă	155
9.1. Analiza costului de producție în vederea fundamentării prețului	155
9.1.1. Actualizarea costului de producție sub influența factorilor endogeni și exogeni	156
9.1.2. Modele de calcul economic privind opțiunile posibile ale producătorului	160
9.2. Includerea profitului în prețuri	164

9.3. Inflația – factor de influență în fundamentarea nivelului și structurii prețului	165
<i>Întrebări recapitulative</i>	168
CAPITOLUL 10	
Metode de fundamentare și corelare a prețurilor produselor noi	169
10.1. Relația dintre noutatea produselor și prețul acestora	169
10.2. Strategii de fundamentare a prețului noilor produse.....	170
10.3. Conținutul și necesitatea corelării prețurilor.....	172
10.4. Alegerea unui produs etalon și folosirea acestuia în operațiunile de corelare a prețurilor	173
10.5. Metode de corelare a prețurilor	174
<i>Întrebări recapitulative</i>	177
CAPITOLUL 11	
Particularități ale formării prețurilor în agricultură	178
11.1. Estimarea prețurilor produselor agricole și eficiența economică	178
11.2. Politica de prețuri în agricultura României	183
11.3. Sistemul clasic de fundamentare a prețurilor pe piețele agricole ...	187
<i>Întrebări recapitulative</i>	190
CAPITOLUL 12	
Sistemul internațional al nivelului și evoluției prețului	191
12.1. Prețul de export	191
12.2. Prețul – element esențial al contractului internațional.....	198
<i>Întrebări recapitulative</i>	202
<i>Teste -grilă (modele)</i>	203
<i>Bibliografie</i>	221

© Editura Fundației *România de Mâine*, 2010

Editură acreditată de *Ministerul Educației, Cercetării, Tineretului și Sportului*
prin *Consiliul Național al Cercetării Științifice din Învățământul Superior*.

Descrierea CIP a Bibliotecii Naționale a României

Prețuri și concurență / Eduard Ionescu (coord.), Alina Rotaru,
Cristian Oprea, Alina Picu – București, Editura Fundației
România de Mâine, 2009

ISBN 978-973-163-513-2

I. Ionescu, Eduard

II. Rotaru, Alina

III. Oprea, Cristian

IV. Picu, Alina

338.5

339.137.2

Reproducerea integrală sau fragmentară, prin orice formă
și prin orice mijloace tehnice,
este strict interzisă și se pedepsește conform legii.

*Răspunderea pentru conținutul și originalitatea textului revine
exclusiv autorului/autorilor.*